

## BAB III

### OBJEK DAN METODE PENELITIAN

#### 3.1 Objek Penelitian

Penelitian ini meneliti mengenai pengaruh atribut hotel terhadap keputusan menginap tamu Grand Tjokro Hotel Bandung dengan menggunakan pendekatan ilmu manajemen pariwisata. Penelitian ini menggunakan dua variabel, menurut Uma Sekaran (2013:68), variabel penelitian merupakan suatu nilai yang berbeda atau nilai yang bervariasi. Nilai-nilai dapat bekerja pada waktu yang berbeda untuk objek yang sama, atau pada waktu yang sama untuk objek yang berbeda.

Dua variabel dalam penelitian ini yaitu, variabel dependen dan variabel independen. Uma Sekaran (2013:69) berpendapat bahwa *dependent variable* atau variabel terikat merupakan variabel yang menjadi perhatian utama bagi peneliti. Sedangkan *independent variable* atau variabel bebas merupakan salah satu yang mempengaruhi variabel dependen baik secara positif maupun negatif. Pada penelitian ini, yang menjadi variabel dependen (Y) adalah keputusan menginap yang terdiri dari pemilihan produk, pemilihan merek, pemilihan penyalur, pemilihan waktu menginap, dan lama menginap. Sementara yang menjadi variabel independen (X) ialah atribut hotel yang terdiri dari *service quality*, *business facility*, *value*, *room & front desk*, *food & recreation*, dan *security*.

Unit analisis atau yang dijadikan responden dalam penelitian ini adalah tamu individu yang menginap di Grand Tjokro Hotel Bandung. Berdasarkan unit analisis penelitian tersebut diteliti mengenai pengaruh strategi atribut hotel dalam upaya meningkatkan keputusan tamu menginap di Grand Tjokro Hotel Bandung. Penelitian ini membutuhkan waktu kurang dari satu tahun. Oleh sebab itu, metode penelitian yang digunakan adalah *cross sectional method*. Uma Sekaran (2013:106) mengemukakan bahwa *cross sectional method* merupakan sebuah penelitian di mana data dikumpulkan hanya sekali, mungkin selama beberapa hari atau minggu bahkan bulan, untuk menjawab pertanyaan dalam penelitian. Kelebihan menggunakan metode *cross-sectional* ialah mudah dilaksanakan, sederhana, dan hasil dapat diperoleh dengan cepat. Penelitian ini difokuskan tentang pengaruh atribut hotel terhadap keputusan tamu menginap di Grand Tjokro Hotel Bandung.

Tia Agustiani, 2019

**PENGARUH HOTEL ATTRIBUTES TERHADAP KEPUTUSAN MENGINAP**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

## 3.2 Metode Penelitian

### 3.2.1 Jenis dan Metode Penelitian

Berdasarkan variabel yang diteliti, maka jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif dan verifikatif. Menurut Uma Sekaran (2013:100), penelitian deskriptif adalah jenis penelitian konklusif yang memiliki tujuan utama mendeskripsikan sesuatu biasanya penjelasan mengenai karakteristik pasar atau fungsi. Jenis penelitian deskriptif secara terperinci mendapatkan deskripsi mengenai gambaran atribut hotel yang terdiri dari *service quality*, *business facility*, *value*, *room & front desk*, *food & recreation*, dan *security*, dan gambaran mengenai keputusan menginap. Sedangkan penelitian verifikatif merupakan penelitian untuk menguji secara kausal yaitu hubungan antara variabel independen dan dependen (Malhotra, 2009:104). Hal ini dilakukan uji hipotesis lapangan terhadap tamu individu yang menginap di Grand Tjokro Hotel Bandung untuk mengetahui pengaruh atribut hotel yang terdiri dari *service quality*, *business facility*, *value*, *room & front desk*, *food & recreation*, dan *security* terhadap keputusan tamu menginap.

Jenis penelitian yang digunakan, yakni deskriptif dan verifikatif, maka metode penelitian yang akan digunakan adalah metode *explanatory survey*. *Explanatory survey* adalah dilakukan untuk mengeksplorasi situasi masalah, yaitu untuk mendapatkan ide-ide dan wawasan ke dalam masalah yang dihadapi manajemen atau para peneliti tersebut. Penjelasan penelitian dalam bentuk wawancara mendalam atau kelompok fokus dapat memberikan wawasan berharga (Malhotra, 2009:96).

Berdasarkan penelitian tersebut, penelitian ini menggunakan metode tersebut, informasi dari sebagian populasi dikumpulkan langsung di tempat kejadian secara empirik dengan tujuan untuk mengetahui pendapat dari sebagian populasi terhadap objek yang diteliti.

### 3.2.2 Operasionalisasi Variabel

Dalam suatu penelitian perlu adanya penjabaran melalui operasional variabel agar dapat membedakan konsep teoritis dengan konsep analisis. Menurut Ker Linger dalam Silalahi (2012:119) mengungkapkan bahwa definisi operasional melekatkan pada suatu konstruk dengan cara menetapkan kegiatan-kegiatan atau tindakan-tindakan yang perlu untuk mengukur konstruk atau variabel tersebut. Kemungkinan lainnya, suatu definisi operasional merupakan spesifikasi kegiatan peneliti dalam mengukur suatu variabel atau

memanipulasikannya. Suatu definisi operasional variabel merupakan semacam buku pegangan yang berisi petunjuk bagi peneliti. Singkatnya, operasionalisasi sebagai batasan atau arti dari suatu variabel dengan merinci hal yang harus dikerjakan oleh peneliti untuk mengukur variabel tersebut.

Variabel yang dikaji dalam penelitian ini bersifat saling mempengaruhi, meliputi: *independent variable* yaitu atribut hotel (X) yang memiliki 6 dimensi yaitu *service quality*, *business facility*, *value*, *room & front desk*, *food & recreation*, dan *security*. Sedangkan keputusan menginap (Y) sebagai *dependent variable* memiliki faktor-faktor yang terdiri dari pemilihan produk, pemilihan merek, pemilihan penyalur, pemilihan waktu menginap, dan lama menginap. Secara lebih rinci dapat terlihat pada Tabel 3.1 berikut:

**TABEL 3.1**  
**OPERASIONALISASI VARIABEL PENELITIAN**

Variabel	Konsep Variabel				
Atribut Hotel (X)	<i>Hotel attributes is the hotel name or brand, its signs, its restaurants, the public activities of its managers, and all create a meaning, a picture of what this hotel means and offer</i> (David Bojanic, 2008:38) Atribut hotel merupakan nama hotel atau merek, logo, restoran, kegiatan public manajernya, dukungan amal dan semuanya yang membuat arti, gambaran tentang apa arti hotel ini dan penawaran yang ditawarkan oleh hotel.				
Sub Variabel	Konsep Sub-Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
<b><i>Service Quality (X<sub>1</sub>)</i></b>	Kualitas dan kehandalan layanan hotel dalam menghadapi tamu.	<i>Tangibles</i>	Tingkat keindahan tampilan interior dan eksterior Grand Tjokro Hotel Bandung	Ordinal	1
			Tingkat kerapihan penampilan karyawan		2
		<i>Emphathy</i>	Tingkat pemahaman staff terhadap kebutuhan tamu		3
		<i>Responsive ness</i>	Tingkat cepat tanggap karyawan dalam melayani tamu		4
		<i>Reliability</i>	Tingkat		5

Tia Agustiani, 2019

**PENGARUH HOTEL ATTRIBUTES TERHADAP KEPUTUSAN MENGINAP**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

			kehandalan karyawan dalam melaksanakan <i>job desk</i>		
		<i>Assurance</i>	Tingkat keramahan staff hotel		6
			Tingkat pengetahuan staff dalam melayani tamu		7
<b>Business Facility (X<sub>2</sub>)</b>	Fasilitas penunjang untuk kegiatan bisnis, seperti <i>business centre, conference room, meeting room</i> dengan segala perlengkapan dan peralatan yang dibutuhkan.	<i>Facilites</i>	Tingkat keragaman fasilitas <i>meeting room</i> yang ditawarkan	Ordinal	8
			Tingkat kebersihan <i>business center</i>		9
			Tingkat kualitas <i>computer station</i> yang berada di <i>lobby</i>		10
<b>Value (X<sub>3</sub>)</b>	Harga yang ditawarkan harus sebanding dengan nilai yang diberikan oleh hotel.	<i>Value for Money</i>	Tingkat kesesuaian harga kamar dengan pengalaman yang diberikan	Ordinal	11
		<i>Discount Rate</i>	Tingkat banyaknya hotel memberikan diskon		12
<b>Room &amp; Front Desk (X<sub>4</sub>)</b>	Kamar merupakan produk utama yang dijual oleh hotel, dan <i>front desk</i> atau resepsionis merupakan petugas hotel yang pertama kali menyambut dan menerima tamu hotel.	<i>Room</i>	Tingkat kebersihan kamar	Ordinal	13
			Tingkat kualitas kedap suara dikamar		14
			Tingkat kualitas fasilitas dalam kamar (minibar, TV, AC, <i>remote</i> , telepon, <i>safe deposit box</i> )		15
			Tingkat kualitas furniture dalam kamar		16
			Tingkat kebersihan kamar		17

Tia Agustiani, 2019

**PENGARUH HOTEL ATTRIBUTES TERHADAP KEPUTUSAN MENGINAP**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

			mandi		
		<i>Front Desk</i>	Tingkat kebersihan koridor/loby Grand Tjokro Hotel Bandung		18
			Tingkat persepsi tamu terhadap kecepatan dalam proses check-in dan check out		19
			Tingkat layanan <i>room service</i> 24 jam		20
			Tingkat keragaman dalam pembayaran ( <i>choice of payment method</i> )		21
			Tingkat kecepatan proses reservasi		22
<b>Food &amp; recreation (X<sub>5</sub>)</b>	Bagian yang mengurus dan bertanggung jawab terhadap kebutuhan pelayanan makanan, minuman dan kebutuhan lain yang terkait, serta kegiatan yang dapat dilakukan di hotel untuk para tamu yang tinggal maupun yang tidak tinggal di hotel tersebut dan dikelola secara komersial serta profesional.	<i>Food &amp; Beverage Quality</i>	Tingkat kualitas makanan dan minuman	Ordinal	23
			Tingkat variasi menu di restoran		24
		<i>Activities</i>	Tingkat keragaman kegiatan yang tersedia di Grand Tjokro Hotel Bandung		25
			Tingkat kemenarikan kegiatan yang di berikan kepada tamu Hotel yang menginap		26
			Tingkat kesenangan yang di rasakan ketika menikmati kegiatan di Grand Tjokro Hotel Bandung		27

Security (X <sub>6</sub> )	Keamanan di lingkungan hotel yang aman dan nyaman dapat memicu meningkatnya jumlah konsumen.	Security of Hotel	Tingkat keamanan hotel	Ordinal	28
		Fire Safety of Hotel	Tingkat tersedianya alarm & peralatan keamanan kebakaran		29
Variabel	Konsep Variabel				
Keputusan Menginap (Y)	Consumer buying behavior refers to the buying behavior of final customers-individuals and households who buy goods and services for personal consumption. Perilaku pembelian konsumen merupakan perilaku pembelian dari individual yaitu konsumen akhir yang membeli barang dan jasa untuk konsumsi pribadi. (Kotler, Bowen, dan Makens 2017:178)				
Sub-Variabel	Konsep Sub-variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
Pilihan Produk	Konsumen dapat mengambil keputusan untuk membeli sebuah produk atau menggunakan uangnya untuk tujuan lain. (Modifikasi Kotler , Bowen, dan Makens 2017:182)	Keberagaman tipe kamar hotel	Tingkat keberagaman tipe kamar yang ditawarkan hotel dibandingkan hotel lain	Ordinal	30
		Keberagaman an aktivitas dan fasilitas di Hotel	Tingkat keberagaman aktivitas dan fasilitas yang ditawarkan hotel dibandingkan hotel lain		31
Pilihan Merek	Konsumen memutuskan merek mana yang akan dipilih (Modifikasi Kotler , Bowen, dan Makens 2017:179)	Citra hotel	Tingkat citra Grand Tjokro Hotel Bandung	Ordinal	32
		Kepopuleran	Tingkat kepopuleran Grand Tjokro Hotel Bandung		33
		Star Rating	Tingkat kesesuaian Grand Tjokro Hotel Bandung bintang empat dengan seluruh atribut yang tersedia		34

<b>Pilihan Saluran Pembelian</b>	Konsumen sebelum memutuskan menginap yang dipengaruhi oleh bagaimana konsumen memilih saluran pemesanan (Modifikasi Kotler , Bowen, dan Makens 2017:179)	Reservasi <i>online</i>	Tingkat keputusan tamu untuk melakukan reservasi melalui OTA ( <i>online travel agent</i> ) dan <i>website</i> resmi Grand Tjokro Hotel Bandung	Ordinal	35
		Reservasi <i>offline</i>	Tingkat daya tarik pemesanan kamar melalui travel agent		36
<b>Penentuan Waktu Menginap</b>	Konsumen mengambil keputusan tentang kapan harus melakukan pembelian (Modifikasi Kotler , Bowen, dan Makens 2017:179)	Frekuensi menginap saat <i>weekday</i>	Tingkat frekuensi menginap pada saat <i>weekday</i>	Ordinal	37
		Frekuensi menginap saat <i>weekend</i>	Tingkat frekuensi menginap pada saat <i>weekend</i>		38
		Frekuensi menginap pada saat libur nasional	Tingkat frekuensi menginap pada saat hari libur nasional		39
<b>Jumlah Pembelian</b>	Jumlah / banyak produk yang akan dikonsumsi (Modifikasi Kotler , Bowen, dan Makens 2017:179)	Jumlah waktu menginap	Tingkat keputusan tamu berdasarkan jumlah waktu untuk menginap	Ordinal	40

Sumber : Diolah dari berbagai sumber literatur, 2018

### 3.2.3 Jenis dan Sumber Data

Sebuah penelitian tentu perlu didukung dengan data. Data dibedakan menjadi dua yaitu, data primer dan data sekunder. Data primer mengacu pada informasi yang diperoleh dari tangan pertama oleh peneliti pada variabel minat untuk tujuan khusus penelitian dan data sekunder mengacu pada informasi yang dikumpulkan dari sumber-sumber yang sudah ada. (Uma Sekaran, 2013:113).

Tia Agustiani, 2019

**PENGARUH HOTEL ATTRIBUTES TERHADAP KEPUTUSAN MENGINAP**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Untuk lebih jelasnya mengenai data dan sumber data yang dipergunakan dalam penelitian ini, maka penulis mengumpulkan dan menyajikannya dalam Tabel 3.2 berikut:

**TABEL 3.2**  
**JENIS DAN SUMBER DATA PENELITIAN**

No	Jenis Data	Sumber Data
1	Karakteristik Responden	
2	Tanggapan Mengenai Atribut Hotel di Grand Tjokro Hotel Bandung	Penyebaran Kuesioner pada tamu individu Grand Tjokro Hotel Bandung
3	Tanggapan Mengenai Keputusan Menginap di Grand Tjokro Hotel Bandung	
1	Data Klasifikasi Hotel Berbintang di Indonesia	Badan Pusat Statistik 2018
2	Profil, Struktur Organisasi, Produk dan Jasa Perusahaan	<i>Marketing Communication Department</i> Grand Tjokro Hotel Bandung 2017
3	Data Rata-Rata Tingkat Hunian Grand Tjokro Hotel Bandung 2016-2017	<i>Front Office Department</i> dan <i>e-commerce</i> Grand Tjokro Hotel Bandung 2017

Sumber: Pengolahan Data. 2018

### **3.2.4 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling**

#### **3.2.4.1 Populasi**

Dalam melakukan penelitian, kegiatan pengumpulan data merupakan langkah penting guna mengetahui karakteristik dari populasi yang merupakan elemen-elemen dalam objek penelitian. Data populasi digunakan untuk pengambilan keputusan atau digunakan untuk pengujian hipotesis. Menurut Uma dan Roger (2016), populasi mengacu pada seluruh kelompok orang, peristiwa, atau hal-hal menarik yang ingin diteliti oleh seorang peneliti. Dalam pengumpulan data akan selalu dihadapkan dengan objek yang akan diteliti baik itu berupa benda, manusia, dan aktivitasnya atau peristiwa yang terjadi.

Berdasarkan pengertian populasi tersebut, maka yang menjadi populasi penelitian ini adalah tamu individu yang menginap di Grand Tjokro Hotel Bandung selama tahun 2017 yaitu sebanyak 6.679 tamu menurut sumber dari *Front Office Department* Grand Tjokro Hotel Bandung yang diolah pada tahun 2018.

#### **3.2.4.2 Sampel**

Dalam suatu penelitian tidak mungkin semua populasi diteliti, dalam hal ini disebabkan oleh beberapa faktor diantaranya keterbatasan biaya, tenaga, dan waktu yang tersedia. Uma Sekaran (2013:241)

Tia Agustiani, 2019

**PENGARUH HOTEL ATTRIBUTES TERHADAP KEPUTUSAN MENGINAP**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu



mengemukakan sampel adalah bagian dari populasi. Sampel merupakan sub kelompok atau bagian dari populasi. Ini terdiri dari beberapa anggota yang dipilih dari pouilasi. Menentukan besarnya sampel tersebut bisa dilakukan secara statistik maupun berdasarkan estimasi penelitian, selain itu juga perlu diperhatikan bahwa sampel yang dipilih harus *representative* artinya segala katakteristik populasi hendaknya tercermin dalam sampel yang dipilih.

Menurut Malhotra (2014:366) mengungkapkan sampel adalah sub kelompok elemen populasi yang terpilih untuk berpartisipasi dalam studi atau bagian kecil dari populasi.

Untuk mempermudah penelitian, diperlukan sampel karena dalam penelitian tidak mungkin keseluruhan populasi dapat diteliti. Keterbatasan itu disebabkan oleh beberapa faktor yaitu keterbatasan biaya, keterbatasan tenaga dan keterbatasan waktu yang tersedia. Oleh karena itu, peneliti diperkenankan mengambil sebagian dari objek populasi yang ditentukan apabila bagian yang diambil tersebut mewakili yang diteliti, untuk menghitung sampel dilakukan dengan menggunakan rumus Slovin yaitu sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Dimana :

n = Ukuran sampel

N = Ukuran populasi

e = Kesalahan sampel yang dapat ditolelir

Berdasarkan rumus tersebut, maka ukuran sampel pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{6679}{1 + 6679(0,1)^2} = 96$$

Berdasarkan perhitungan di atas menggunakan rumus Slovin, maka dalam penelitian ini jumlah sampel yang dibutuhkan adalah sebanyak 96 responden.

### 3.2.4.3 Teknik Sampling

Teknik *sampling* merupakan teknik pengambilan untuk menentukan sampel mana yang akan digunakan dalam penelitian. *Sampling* adalah proses pemilihan jumlah elemen yang tepat dari populasi, sehingga sampel penelitian dan pemahaman tentang sifat atau karakteristik tersebut pada elemen populasi (Uma Sekaran, 2013:244).

Tia Agustiani, 2019

**PENGARUH HOTEL ATTRIBUTES TERHADAP KEPUTUSAN MENGINAP**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Burhan Bungin (2013:108) membagi jenis teknik *sampling* menjadi dua yaitu, *probability sampling* dan *nonprobability sampling*. Rancangan sampel probabilitas artinya penarikan sampel didasarkan atas pemikiran bahwa keseluruhan unit populasi memiliki kesempatan yang sama untuk dijadikan sampel. Pada rancangan sampel non probabilitas, penarikan sampel tidak penuh dilakukan dengan menggunakan hukum probabilitas, artinya bahwa tidak semua unit populasi memiliki kesempatan yang sama untuk dijadikan sampel penelitian.

Menurut Sugiyono (2013:82-86) dalam teknik *probability sampling* dan *non probability sampling* terdapat berbagai metode. *Probability sampling* meliputi *simple random*, *proportionate stratified random*, *disproportionate stratifies random* dan *area random*. Sedangkan dalam *non probability sampling* meliputi, *sampling sistematis*, *sampling kuota*, *sampling incidental*, *purposive sampling*, *sampling jenuh* dan *snowball sampling*.

Dalam penelitian ini digunakan teknik *nonprobability sampling*, dengan spesifikasinya menggunakan *sampling incidental*. Menurut Sugiyono (2013:85) “*sampling incidental* merupakan teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa yang secara incidental bertemu dengan peneliti lalu dipandang cocok menjadi sumber data maka dapat dijadikan sebagai sampel”

*Sampling incidental* digunakan pada penelitian ini karena dirasa cocok dengan sampel yang akan diteliti, yaitu sebanyak 96 orang tamu individu yang menginap di Grand Tjokro Hotel Bandung yang bertemu dan dipandang cocok menjadi sumber data oleh peneliti. Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan cara membagikan kuesioner mengenai karakteristik responden, atribut hotel di Grand Tjokro Hotel Bandung, serta keputusan menginap tamu di Grand Tjokro Hotel Bandung.

### 3.2.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari desain penelitian (Uma Sekaran, 2013:116). Data yang didapatkan berhubungan dengan objek yang sedang diteliti dan diharapkan dapat menunjang penelitian, peneliti melakukan pengumpulan data dengan cara:

#### 1. Wawancara

Wawancara adalah kegiatan tanya jawab dengan pemberi informasi untuk mengumpulkan data dan fakta yang berkaitan dengan penelitian. Tanya jawab dengan *front office staff* diperoleh

rata-rata tingkat hunian kamar Grand Tjokro Hotel Bandung tahun 2016-2017. Wawancara juga dilakukan dengan *marketing staff* terutama *staff marketing communication* mengenai program-program pemasaran yang dilakukan.

2. Observasi

Observasi menyangkut menonton, merekam, analisa yang direncanakan dan interpretasi perilaku, tindakan, atau peristiwa dan dapat dijadikan data pendukung dalam menganalisis dan mengambil kesimpulan (Uma Sekaran, 2013:130). Observasi ini mengenai pengaruh atribut hotel yang terdiri dari *service quality, business facility, value, room & front desk, food & recreation*, dan *security* terhadap keputusan menginap tamu di Grand Tjokro Hotel Bandung.

3. Kuesioner

Kuesioner merupakan rumusan set pertanyaan yang tertulis pada responden untuk mendapatkan jawaban (Uma Sekaran, 2013:147). Kuesioner berisi pertanyaan mengenai karakteristik dan pengalaman responden mengenai atribut hotel pada Grand Tjokro Hotel Bandung dan keputusan menginap. Teknik ini dilakukan untuk melengkapi data yang sedang diteliti dengan cara mencari langsung informasi dari sumber langsung melalui pertanyaan-pertanyaan yang diberikan pada selembar kertas kepada responden. Setelah kuesioner diisi oleh responden, pertanyaan tersebut dikumpulkan lalu diolah dan dikaji untuk menjadi sebuah data yang riil.

4. Studi Literatur

Studi literatur berupa upaya pengumpulan informasi yang berkaitan dengan teori-teori yang ada kaitannya dengan masalah dan variabel penelitian yang terdiri dari atribut hotel dan keputusan menginap. Teknik ini dilakukan untuk melengkapi data yang berkaitan dengan penelitian.

### 3.2.6 Pengujian Validitas dan Reliabilitas

Data memiliki kedudukan penting dalam penelitian karena data akan menggambarkan dari variabel yang diteliti, dan mempunyai fungsi sebagai pembentuk hipotesis. Data pun menentukan mutu hasil penelitian dari benar tidaknya atau kevalidan data.

#### 3.2.6.1 Hasil Pengujian Validitas

Validitas adalah cara pengujian mengenai seberapa baik instrument dikembangkan dengan konsep langkah-langkah tertentu yang

ditunjukkan untuk mengukur variabel tertentu (Uma Sekaran, 2013:225). Uji validitas dilakukan untuk memastikan seberapa baik suatu instrument digunakan untuk mengukur konsep yang seharusnya diukur. Data yang valid yaitu data yang sinkron antara data yang dihasilkan peneliti dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek penelitian.

Pada penelitian ini, menguji validitas tidak dilakukan secara manual tetapi menggunakan aplikasi *IBM SPSS Statistic (Statistical Product for Service Solution) 23 for Windows*. Dengan langkah – langkah sebagai berikut :

1. Distribusi data pada excel copy ke SPSS data view
2. Klik variabel view (letaknya dikiri bawah) isi kolom *name* dengan variabel – variabel penelitian. *Width*, *decimal*, *label* (isi degan nama – nama atas variabel penelitian), *column*, *align* (*left*, *center*, *right*, *justify*) dan isi juga kolom *measure* (skala : ordinal)
3. Pengisian data : pilih *data view* pada *SPSS data editor*
4. Pengolahan data : pilih *analyze*, *correlate*, *bivariate*
5. Pengisian (dari *bivariate correlation*) : masukan skor jawaban dan total ke *variables*, *correlation*, *coefficient* pilih *pearson*, *test of significance* klik *two tailed*

Klik Ok untuk mengakhiri perintah

Setelah keluar output dari pengujian menggunakan langkah – langkah tersebut, Keputusan pengujian validitas responden menggunakan taraf signifikansi sebagai berikut :

1. Nilai  $r$  dibandingkan dengan  $r$  tabel dengan  $dk = n-2$  dan taraf signifikansi  $\alpha = 0,05$
2. Item pertanyaan responden penelitian dikatakan valid jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$ .
3. Item pertanyaan responden penelitian dikatakan tidak valid jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$
4. Berdasarkan jumlah angket yang diuji sebanyak 30 responden dengan tingkat signifikansi 5% dan derajat kebebasan  $dk=n-2$ ,  $dk=30-2=28$ , maka di dapat nilai  $r$  tabel sebesar 0,361.

Hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS 20 *for windows* diperoleh hasil pengujian validitas dari item pertanyaan yang diajukan peneliti. Hasil uji validitas yang diajukan peneliti kepada 30 responden dapat dilihat pada Tabel 3.4 sebagai berikut:

**TABEL 3.4**  
**HASIL PENGUJIAN VALIDITAS ATRIBUT HOTEL DAN**  
**KEPUTUSAN MENGINAP**

Tia Agustiani, 2019

**PENGARUH HOTEL ATTRIBUTES TERHADAP KEPUTUSAN MENGINAP**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

No	Pertanyaan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Kesimpulan
<b>ATRIBUT HOTEL (X)</b>				
<b>Service Quality (X<sub>1</sub>)</b>				
1.	Tingkat keindahan tampilan interior dan eksterior Grand Tjokro Hotel Bandung	0.710	0.361	Valid
2.	Tingkat kerapihan penampilan karyawan	0.676	0.361	Valid
3.	Tingkat pemahaman staff terhadap kebutuhan tamu	0.638	0.361	Valid
4.	Tingkat cepat tanggap karyawan dalam melayani tamu	0.519	0.361	Valid
5.	Tingkat kehandalan karyawan dalam melaksanakan <i>job desk</i>	0.662	0.361	Valid
6.	Tingkat keramahan staff hotel	0.783	0.361	Valid
7.	Tingkat pengetahuan staff dalam melayani tamu	0.725	0.361	Valid
<b>Business Facility (X<sub>2</sub>)</b>				
8.	Tingkat keragaman fasilitas <i>meeting room</i> yang ditawarkan	0.561	0.361	Valid
9.	Tingkat kebersihan <i>business center</i>	0.828	0.361	Valid
10.	Tingkat kualitas <i>computer station</i> yang berada di <i>lobby</i>	0.821	0.361	Valid
<b>Value (X<sub>3</sub>)</b>				
11.	Tingkat kesesuaian harga kamar dengan pengalaman yang diberikan	0.832	0.361	Valid
12.	Tingkat intensitas hotel memberikan diskon	0.802	0.361	Valid
<b>Room &amp; Front Desk (X<sub>4</sub>)</b>				
13.	Tingkat kebersihan kamar	0.707	0.361	Valid
14.	Tingkat kualitas kedap suara dikamar	0.626	0.361	Valid
15.	Tingkat kualitas fasilitas dalam kamar (minibar, TV, AC, <i>remote</i> , telepon, <i>safe deposit box</i> )	0.719	0.361	Valid
16.	Tingkat kualitas furniture dalam kamar	0.808	0.361	Valid
17.	Tingkat kebersihan kamar mandi	0.681	0.361	Valid
18.	Tingkat kebersihan koridor/loby Grand Tjokro Hotel Bandung	0.725	0.361	Valid
19.	Tingkat persepsi tamu terhadap kecepatan dalam proses check-in dan check out	0.881	0.361	Valid
20.	Tingkat layanan <i>room service</i> 24 jam	0.670	0.361	Valid
21.	Tingkat keragaman dalam pembayaran ( <i>choice of payment method</i> )	0.580	0.361	Valid
22.	Tingkat kecepatan proses reservasi	0.787	0.361	Valid
<b>Food &amp; Recreation (X<sub>5</sub>)</b>				
23.	Tingkat kualitas makanan dan	0.658	0.361	Valid

Tia Agustiani, 2019

**PENGARUH HOTEL ATTRIBUTES TERHADAP KEPUTUSAN MENGINAP**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

	minuman			
24.	Tingkat variasi menu di restoran	0.660	0.361	Valid
25.	Tingkat keragaman kegiatan yang tersedia di Grand Tjokro Hotel Bandung	0.779	0.361	Valid
26.	Tingkat kemenarikan kegiatan yang di berikan kepada tamu Hotel yang menginap	0.828	0.361	Valid
27.	Tingkat kesenangan yang di rasakan ketika menikmati kegiatan di Grand Tjokro Hotel Bandung	0.775	0.361	Valid
<b>Security (X<sub>6</sub>)</b>				
28.	Tingkat keamanan hotel	0.877	0.361	Valid
29.	Tingkat tersedianya alarm & peralatan keamanan kebakaran	0.872	0.361	Valid
<b>KEPUTUSAN MENGINAP (Y)</b>				
30.	Tingkat keberagaman tipe kamar yang ditawarkan hotel dibandingkan hotel lain	0.715	0.361	Valid
31.	Tingkat keberagaman aktivitas dan fasilitas yang ditawarkan hotel dibandingkan hotel lain	0.774	0.361	Valid
32.	Tingkat citra Grand Tjokro Hotel Bandung	0.749	0.361	Valid
33.	Tingkat kepopuleran Grand Tjokro Hotel Bandung	0.637	0.361	Valid
34.	Tingkat kesesuaian Grand Tjokro Hotel Bandung bintang empat dengan seluruh atribut yang tersedia	0.774	0.361	Valid
35.	Tingkat keputusan tamu untuk melakukan reservasi melaui OTA ( <i>online travel agent</i> ) dan <i>website</i> resmi Grand Tjokro Hotel Bandung	0.617	0.361	Valid
36.	Tingkat daya tarik pemesanan kamar melalui <i>travel agent</i> atau reservasi <i>by phone</i>	0.725	0.361	Valid
37.	Tingkat frekuensi menginap pada saat <i>weekday</i>	0.803	0.361	Valid
38.	Tingkat frekuensi menginap pada saat <i>weekend</i>	0.572	0.361	Valid
39.	Tingkat frekuensi menginap pada saat hari libur nasional	0.621	0.361	Valid
40.	Tingkat keputusan tamu berdasarkan jumlah waktu untuk menginap	0.502	0.361	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data 2018

Berrdasarkan Tabel 3.4 dapat diketahui bahwa setiap butir pertanyaan dan pernyataan mengenai atribut hotel (X) dan keputusan

Tia Agustiani, 2019

**PENGARUH HOTEL ATTRIBUTES TERHADAP KEPUTUSAN MENGINAP**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

mengunap (Y) dapat dikatakan valid karena memiliki nilai  $r_{hitung}$  lebih besar dari  $r_{tabel}$  ( $r_{hitung} > r_{tabel}$ ) sehingga pertanyaan-pertanyaan tersebut dapat dijadikan alat ukur terhadap konsep yang seharusnya diukur. Variabel atribut hotel (X) memiliki dua puluh sembilan item pertanyaan dan dapat dinyatakan valid, nilai tertinggi sebesar 0.881 terdapat pada *room & front desk* ( $X_4$ ) pada “Tingkat persepsi tamu terhadap kecepatan dalam proses *check-in* dan *check-out*”, dan *service quality* ( $X_1$ ) pada item pertanyaan “Tingkat cepat tanggap karyawan dalam melayani tamu” memiliki nilai terendah sebesar 0.519. sedangkan pada variabel keputusan menginap (Y), item pertanyaan “Tingkat frekuensi menginap pada saat *weekday*” memiliki nilai terendah sebesar 0.803, dan item pertanyaan “Tingkat keputusan tamu berdasarkan jumlah waktu untuk menginap” memiliki nilai terendah sebesar 0.502.

### 3.2.6.2 Hasil Pengujian Reabilitas

Naresh K. Malhotra dan David F. Birks (2013) menjelaskan bahwa reliabilitas menguji sejauh mana skala tersebut menghasilkan hasil yang konsisten apabila pengukuran berulang dilakukan pada variabel yang sama. Sedangkan Uma dan Roger (2016:220) reliabilitas adalah bahwa tes tentang seberapa konsisten alat ukur mengukur konsep apa pun yang diukurnya.

Penelitian ini menguji reliabilitas dengan menggunakan rumus *alpha* atau *Cronbach's alpha* ( $\alpha$ ) dikarenakan instrumen pertanyaan kuesioner yang dipakai merupakan rentangan antara beberapa nilai dalam hal ini menggunakan skala *likert* 1 sampai dengan 5. Menurut Uma Sekaran (2016:289) *Cronbach alpha* adalah koefisien kehandalan yang menunjukkan seberapa baik item dalam suatu kumpulan secara positif berkorelasi satu sama lain. *Cronbach alpha* dihitung dalam rata-rata interkorelasi antar item yang mengukur konsep. Semakin dekat *cronbach alpha* dengan 1, semakin tinggi keandalan konsistensi internal.

Keputusan pengujian reliabilitas item instrumen adalah sebagai berikut :

1. Item pertanyaan yang diteliti dikatakan *reliable* jika nilai *cronbach's alpha* ( $\alpha$ )  $\geq 0,700$ .
2. Item pertanyaan yang diteliti dikatakan tidak *reliable* jika nilai *cronbach's alpha* ( $\alpha$ )  $\leq 0,700$ .

Apabila angka *Alpha Cronbach* mendekati 1, maka semakin tinggi tingkat reliabilitasnya.

Perhitungan validitas item instrumen dilakukan dengan bantuan program SPSS (*Statistical Product for Service Solution*) 20 for windows dengan langkah-langkah sebagai berikut :

- Distribusi data variabel X dan/atau Y setiap item jawaban ke *data view*;
- Klik *Variabel View*, lalu isi kolom *name* dengan nama sesuai item;
- Klik *Analyze*, pilih *Scale*, pilih *Reliability Analysis*;
- Sorot semua item pada masing-masing variabel yang tersedia tanpa total, pindahkan ke kolom *Variables*;
- Klik OK, maka hasil validitas akan muncul di *Output*.

Berdasarkan hasil perhitungan dengan SPSS *Statistics* 20 for windows diperoleh hasil reliabilitas sebagai berikut:

**TABEL 3.5**  
**HASIL PENGUJIAN RELIABILITAS ATRIBUT HOTEL**  
**DAN KEPUTUSAN MENGINAP**

No.	Variabel	$C\alpha_{hitung}$	$C\alpha_{minimal}$	Kesimpulan
1.	<i>Hotel Attributes</i> (X)	0.792	0.700	Reliabel
2.	Keputusan Menginap (Y)	0.883	0.700	Reliabel

Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2018

Tabel 3.5 dapat diketahui bahwa setiap butir pertanyaan dan pernyataan mengenai keputusan menginap (Y) dan atribut hotel (X) dapat dikatakan reliabel karena  $r_{hitung}$  (Cronbach Alpha)  $>$   $r_{tabel}$ .

### 3.3 Teknik Analisis

#### 3.3.1 Rancangan Analisis Data

Dalam pelaksanaan penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif dan verifikatif yang dilaksanakan melalui pengumpulan data di lapangan. Data tersebut kemudian diolah dan dianalisis untuk memperoleh suatu kesimpulan. Untuk memperoleh data penelitian maka ada alat penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner. Kuesioner ini disusun berdasarkan variabel yang terdapat dalam penelitian.

##### 3.3.1.1 Rancangan Analisis Data Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk melihat faktor penyebab yang bertujuan untuk mengubah kumpulan data mentah menjadi informasi yang mudah dipahami. Data mentah akan di analisis dengan cara menggolongkan, mengklasifikasikan dan menginterpretasikan data-data yang sudah ada, sehingga diperoleh gambaran umum tentang variabel berdasarkan beberapa analisis sebagai berikut:

Tia Agustiani, 2019

**PENGARUH HOTEL ATTRIBUTES TERHADAP KEPUTUSAN MENGINAP**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu



1. Analisis frekuensi adalah distribusi matematika dengan tujuan memperoleh hitungan jumlah tanggapan terkait dengan nilai yang berbeda dari satu variabel dan dua variabel mengungkapkan jumlah dalam presentase (Naresh K. Maholtra, 2009:480).
2. Analisis Cross Tabulation adalah teknik statistik yang menggambarkan dua atau lebih variabel secara bersamaan dan hasil dalam tabel yang mencerminkan distribusi gabungan dari dua atau lebih yang memiliki sejumlah kategori atau nilai-nilai yang berbeda (Naresh K. Maholtra, 2009:493).
3. Perhitungan skor ideal digunakan untuk mengukur tinggi atau rendahnya pengaruh variabel X yang terdapat di objek penelitian. Berikut rumus untuk menghitung skor ideal.
  - a) Nilai indeks maksimum = skor tertinggi x jumlah item x jumlah responden.
  - b) Nilai indeks minimum = skor terendah x jumlah item x jumlah responden
  - c) Jenjang variabel = nilai indeks maksimum – nilai indeks minimum
  - d) Jarak Interval = jenjang : banyaknya kelas interval.
$$\text{Presentasi skor} = \frac{(\text{total skor})}{\text{nilai maksimum}} \times 100$$

Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif untuk mendeskripsikan variabel-variabel penelitian diantara lain:

  1. Analisis data deskriptif tentang atribut hotel yang terdiri dari *service quality* ( $X_1$ ), *business facility* ( $X_2$ ), *value* ( $X_3$ ), *room & front desk* ( $X_4$ ), *food & recreation* ( $X_5$ ), dan *security* ( $X_6$ ).
  2. Analisis deskriptif mengenai keputusan tamu untuk menginap di Grand Tjokro Hotel Bandung.

### 3.3.1.2 Rancangan Analisis Data Verifikatif

Analisis verifikatif merupakan analisis data yang dilakukan setelah data seluruh responden terkumpul. Analisis verifikatif bertujuan untuk menguji hipotesis dengan menggunakan uji statistik. Teknik analisis data yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini adalah regresi berganda. Analisis regresi dilakukan bila hubungan dua variabel berupa hubungan kausal atau fungsional. Regresi berganda digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh atribut hotel terhadap keputusan menginap tamu di Grand Tjokro Hotel Bandung. Adapun yang menjadi variabel-variabel bebas ialah atribut hotel yang memiliki dimensi yaitu:

Tia Agustiani, 2019

**PENGARUH HOTEL ATTRIBUTES TERHADAP KEPUTUSAN MENGINAP**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

*service quality* ( $X_1$ ), *business facility* ( $X_2$ ), *value* ( $X_3$ ), *room & front desk* ( $X_4$ ), *food & recreation* ( $X_5$ ), dan *security* ( $X_6$ ). Sedangkan untuk variabel terikatnya ialah keputusan menginap ( $Y$ ).

Adapun langkah-langkah dalam kegiatan analisis data verifikasi dalam penelitian ini sebagai berikut:

### 1. *Method of Successive Internal (MSI)*

Skala yang digunakan dalam penelitian ini ialah *ordinal scale* (skala ordinal) yaitu skala yang berbentuk peringkat yang menunjukkan suatu urutan preferensi/penilaian. Skala ordinal ini perlu ditransformasi menjadi skala interval dengan menggunakan *method of successive internal* (MSI).

Menurut Sedarmayanti dan Syarifudin Hidayat (2011, hlm 55) *Method of Successive Interval* (MSI), yaitu metode penskalaan untuk menaikkan skala pengukuran ordinal ke skala pengukuran interval. Jadi, MSI dapat dikatakan mentransformasi data pengukuran ordinal menjadi interval. Langkah-langkah untuk melakukan transformasi data tersebut adalah sebagai berikut:

- Menghitung frekuensi ( $f$ ) pada setiap pilihan jawaban berdasarkan hasil jawaban responden pada setiap pertanyaan.
- Berdasarkan frekuensi yang diperoleh untuk setiap pertanyaan, dilakukan perhitungan proporsi ( $p$ ) setiap pilihan jawaban dengan cara membagi frekuensi dengan jumlah responden.
- Berdasarkan proporsi tersebut, selanjutnya dilakukan perhitungan proporsi kumulatif untuk setiap pilihan jawaban.
- Menentukan nilai batas  $Z$  (tabel normal) untuk setiap pertanyaan dan setiap pilihan jawaban.
- Menentukan nilai interval rata-rata untuk setiap pilihan jawaban melalui persamaan sebagai berikut:

*Scale Value*

$$= \frac{(\text{Density at lower limit}) - (\text{Density at upper limit})}{(\text{Area below upper limit}) - (\text{Area below lower limit})}$$

Data penelitian yang telah bereskalanya interval selanjutnya akan ditentukan pasangan data variabel bebas dengan variabel terikat serta akan ditentukan persamaan yang berlaku untuk pasangan-pasangan tersebut.

### 2. *Rancangan Analisis Regresi Linier Berganda*

Analisis regresi linear berganda adalah suatu alat analisis peramalan nilai pengaruh dua atau lebih variabel bebas ( $X$ ) terhadap

variabel terikat (Y) untuk membuktikan ada atau tidaknya hubungan kausal antara dua variabel bebas atau lebih (Riduwan, 2010:88).

Maka variabel yang dianalisis dalam penelitian ini adalah variabel independen (X) yaitu atribut hotel yang terdiri dari *service quality* ( $X_1$ ), *business facility* ( $X_2$ ), *value* ( $X_3$ ), *room & front desk* ( $X_4$ ), *food & recreation* ( $X_5$ ), dan *security* ( $X_6$ ). Sedangkan variabel dependen (Y) adalah keputusan tamu untuk menginap. Untuk bisa membuat ramalan melalui regresi, maka data setiap variabel harus tersedia. Berdasarkan data tersebut, peneliti harus menemukan persamaan regresi berganda melalui perhitungan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + b_6X_6$$

Keterangan :

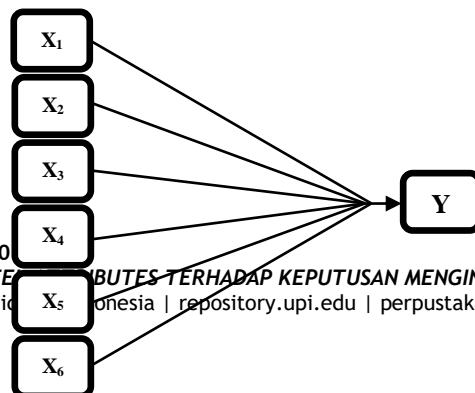
Y = Nilai variabel dependen (variabel terikat) yang diprediksikan

a = Konstanta atau bila harga X = 0

b = Koefisien regresi, yang menunjukkan angka peningkatan ataupun penurunan variabel terikat yang didasarkan pada variabel bebas. Bila b (+) maka terjadi kenaikan, bila b (-) maka terjadi penurunan.

X = Nilai variabel independen (variabel bebas)

Analisis regresi linier berganda akan dilakukan bila jumlah variabel independen minimal dua atau lebih. Menerjemahkan ke dalam beberapa sub hipotesis yang menyatakan pengaruh sub variabel independen yang paling dominan terhadap variabel dependen. Maka terlebih dahulu hipotesis konseptual tersebut digambarkan dalam sebuah paradigma seperti pada gambar berikut:



### GAMBAR 3.1 REGRESI LINIER BERGANDA

Keterangan :  $X_1 = \text{service quality}$

$X_2 = \text{business facility}$

$X_3 = \text{value}$

$X_4 = \text{room \& front desk}$

$X_5 = \text{food \& recreation}$

$X_6 = \text{security}$

$Y = \text{keputusan menginap}$

Teknik analisis regresi linier berganda dilakukan dengan prosedur kerja sebagai berikut:

a. Uji Asumsi Normalitas

Uji normalitas adalah untuk melihat apakah nilai residual terdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki nilai residual terdistribusi normal. Syarat pertama untuk melakukan analisis regresi adalah normalitas, yaitu data sampel hendaknya memenuhi persyaratan distribusi normal. Untuk mengetahui apakah data yang digunakan berdistribusi normal atau tidak, dapat menggunakan *normal probability plot*.

b. Uji Asumsi Multikolinearitas

Uji multikolinieritas adalah untuk melihat ada atau tidaknya korelasi yang tinggi antara variabel-variabel bebas dalam suatu model regresi linier berganda. Jika ada korelasi yang tinggi diantara variabel-variabel bebasnya, maka hubungan antara variabel bebas terhadap variabel terikat menjadi terganggu. Parameter yang sering digunakan untuk mendeteksi multikolinieritas adalah nilai VIF (*variance inflation factor*). Suatu regresi dikatakan terdeteksi multikolinieritas apabila nilai VIF menjauhi 1 dan kurang dari 10.

c. Uji Asumsi Autokorelasi

Persamaan regresi yang baik adalah yang tidak memiliki masalah autokorelasi, jika terjadi autokorelasi maka persamaan tersebut tidak layak dipakai prediksi. Masalah autokorelasi baru timbul jika ada

korelasi secara linier antar kesalahan pengganggu periode  $t$  (berada) dan kesalahan pengganggu periode  $t-1$  (sebelumnya).

d. Uji Asumsi Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah untuk melihat apakah terdapat ketidak samaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap atau disebut homoskedastisitas. Suatu regresi dikatakan tidak terdeteksi heteroskedastisitas apabila diagram pencar residualnya tidak membentuk pola tertentu.

### 3. Analisis Korelasi (R)

Analisis Korelasi berguna untuk menentukan suatu besaran yang menyatakan bagaimana kuat hubungan suatu variabel dengan variabel lain. Uma Sekaran dan Roger Bugie mengungkapkan (2016:287) bahwa korelasi positif atau searah (*direct*) sempurna (*perfect positive correlation*) antara dua variabel diwakili oleh koefisien korelasi sama dengan atau mendekati  $+1$ , ini mengindikasikan satu yang didalamnya perubahan skor tinggi dalam satu variabel disertai oleh perubahan ekuivalen dalam arah yang sama (*same direction*) dalam variabel lain, tanpa kecuali.

Nilai  $R$  berkisar antara 0 sampai 1. Nilai semakin mendekati 1 berarti hubungan yang terjadi semakin kuat, sebaliknya nilai semakin mendekati 0 maka hubungan yang terjadi semakin lemah. Untuk mengadakan interpretasi mengenai besarnya koefisien korelasi dapat dilihat pada tabel berikut:

**TABEL 3.5**  
**INTERPRETASI BESARNYA KOEFISIEN KORELASI**

Besarnya Nilai	Interprestasi
0,00 – 0,199	Sangat Rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat Kuat

Sumber : Naresh K. Malhotra dan David F. Birks (2013)

### 4. Analisis Determinasi ( $R^2$ )

Analisis determinasi dalam regresi berganda digunakan untuk mengetahui persentase sumbangan pengaruh variabel independent ( $X_1$ ,  $X_2$ ,  $X_3$ ,  $X_4$ ,  $X_5$ ,  $X_6$ ) secara serentak terhadap variabel dependent ( $Y$ ). Uma Sekaran dan Roger Bougie (2016:626) mengungkapkan koefisien ini dimaksud untuk mengetahui seberapa besar persentase variasi perubahan dalam satu variabel (dependent) ditentukan oleh perubahan dalam variabel lain (independen).  $R^2 = 0$ , maka tidak ada sedikitpun

Tia Agustiani, 2019

**PENGARUH HOTEL ATTRIBUTES TERHADAP KEPUTUSAN MENGINAP**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

persentase sumbangan pengaruh yang diberikan variabel independen terhadap variabel dependen, atau variabel independent yang digunakan dalam model tidak menjelaskan sedikitpun variasi variabel dependen.

### 3.3.1.3 Pengujian Hipotesis

Langkah terakhir dari analisis data yaitu menguji hipotesis dengan tujuan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan yang cukup jelas dan dapat dipercaya antara *service quallity* (X1), *business facility* (X2), *value* (X3), *room & front desk* (X4), *food & recreation* (X5), dan *security* (X6) dengan keputusan menginap (Y). Rancangan hipotesis dalam penelitian ini adalah:

#### a. Pengujian secara simultan

Pengujian secara simultan berfungsi untuk membuktikan bahwa variabel independen (X) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen (Y) secara serentak dapat dilakukan dengan menggunakan aplikasi *IBM SPSS Statistics 2.0 for window*. Kriteria pengambilan keputusan untuk hipotesis yang diajukan adalah :

Jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , artinya terdapat pengaruh signifikan antara Atribut Hotel terhadap Keputusan Menginap.

Jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$ , artinya tidak terdapat pengaruh signifikan antara Atribut Hotel terhadap Keputusan Menginap..

Hasil hipotesis yang dilakukan dijabarkan dalam hipotesis statistik, sebagai berikut:

$H_o : \rho = 0$ , tidak ada pengaruh dari atribut hotel yang terdiri dari *service quallity* (X1), *business facility* (X2), *value* (X3), *room & front desk* (X4), *food & recreation* (X5), dan *security* (X6) terhadap keputusan menginap (Y).

$H_a : \rho \neq 0$ , terdapat pengaruh dari atribut hotel yang terdiri dari *service quallity* (X1), *business facility* (X2), *value* (X3), *room & front desk* (X4), *food & recreation* (X5), dan *security* (X6) terhadap keputusan menginap (Y).

#### b. Secara Parsial

Pengujian secara parsial dapat dilakukan dengan menggunakan aplikasi *IBM SPSS Statistics 2.0 for windows*. Kriteria pengambilan keputusan untuk hipotesis yang diajukan adalah :

Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$ , maka  $H_o$  diterima artinya Atribut Hotel tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Menginap.

Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , maka  $H_o$  ditolak artinya Atribut Hotel berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Menginap.

Kriteria penerimaan atau penolakan sub hipotesis utama pada penelitian ini dapat ditulis sebagai berikut:

- a. (X1) Jika  $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ , maka artinya terdapat pengaruh signifikan antara atribut hotel *service quality* terhadap keputusan menginap.  
Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$ , maka artinya tidak terdapat pengaruh signifikan antara atribut hotel *service quality* terhadap keputusan menginap.
- b. (X2) Jika  $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ , maka artinya terdapat pengaruh signifikan antara atribut hotel *business facility* terhadap keputusan menginap.  
Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$ , maka artinya tidak terdapat pengaruh signifikan antara atribut hotel *business facility* terhadap keputusan menginap.
- c. (X3) Jika  $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ , maka artinya terdapat pengaruh signifikan antara atribut hotel *value* terhadap keputusan menginap.  
Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$ , maka artinya tidak terdapat pengaruh signifikan antara atribut hotel *value* terhadap keputusan menginap.
- d. (X4) Jika  $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ , maka artinya terdapat pengaruh signifikan antara atribut hotel *room & front desk* terhadap keputusan menginap.  
Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$ , maka artinya tidak terdapat pengaruh signifikan antara atribut hotel *room & front desk* terhadap keputusan menginap.
- e. (X5) Jika  $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ , maka artinya terdapat pengaruh signifikan antara atribut hotel *food & recreation* terhadap keputusan menginap.  
Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$ , maka artinya tidak terdapat pengaruh signifikan antara atribut hotel *food & recreation* terhadap keputusan menginap.
- f. (X6) Jika  $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ , maka artinya terdapat pengaruh signifikan antara atribut hotel *security* terhadap keputusan menginap.  
Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$ , maka artinya tidak terdapat pengaruh signifikan antara atribut hotel *security* terhadap keputusan menginap.